

Themajaar 2019: Rembrandt & de Gouden Eeuw

Waarom een themajaar Rembrandt & de Gouden Eeuw? In 2019 is het 350 jaar geleden dat Rembrandt van Rijn overleed. Om zijn 350^{ste} sterfjaar te eren zullen er vele unieke Rembrandt tentoonstellingen worden georganiseerd in Leeuwarden, Amsterdam, Leiden en Den Haag. Ook andere musea en locaties in het hele land staan in het teken van de Gouden Eeuw van Rembrandt en zijn tijdgenoten.

Wat houdt het themajaar in?

In 2017 is als onderdeel van de HollandCity strategie de verhaallijn de Gouden Eeuw van start gegaan. Deze verhaallijn verbindt de steden van Middelburg tot aan Hoorn & Enkhuizen rondom hun gedeelde historie die terug gaat naar de Gouden Eeuw die nu nog steeds volop te beleven valt in de steden en diverse musea.

In 2019 is er dankzij het 350^{ste} sterfjaar van Rembrandt sprake van uniek eenmalig aanbod wat wordt aangegrepen om Rembrandt & de Gouden Eeuw het gehele jaar extra uit te lichten.



Keuze doelgroep & markten

De marketing en promotie van het themajaar richt zich op de regio's Vlaanderen, Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen.

De doelgroep op basis van het Mentality model is de **Upper Class (Paul)**.

Deze doelgroep, met een voorliefde voor cultuur en historie, proberen we te verleiden om een bezoek te brengen aan één of meerdere van de unieke tentoonstellingen die alléén in 2019 te bezoeken zijn.



De consument staat centraal

Voordat de consument daadwerkelijk zijn vakantiebestemming kiest, is er al een hele reis aan vooraf gegaan. Door het analyseren van de verschillende fasen die de potentiële reiziger doorloopt voordat hij tot aankoop over gaat, hebben we een goed inzicht in de relevante touchpoints. Op basis hiervan wordt de optimale marketingmix bepaald. Door nauwe samenwerking met lokale media- en distributiepartners zijn we in staat een zeer gericht en effectief bereik te genereren.



Een greep uit de activiteiten

- Door middel van een combinatie van on- en offline marketing communicatie activiteiten stimuleren we het tentoonstellingsbezoek vanuit de doelmarkten. Door urgentie te creëren rondom de unieke tentoonstellingen in 2019 proberen we de internationale bezoeker juist dan over de streep te trekken en een bezoek te brengen aan de vele musea en steden van Rembrandt & de Gouden Eeuw.
- Een belangrijke aanjager is persbewerking. Er worden persbijeenkomsten georganiseerd in het buitenland en journalisten en influencers worden uitgenodigd voor een persbezoek aan Nederland.

Wat levert het op?



Awareness creëren voor het themajaar



Er wordt met name ingezet op persbewerking waarbij wordt gemonitord op mediawaarde.



Mediatools



Samenwerken loont!

Alleen zijn we sterk, maar samen zijn we sterker. Daarom geloven wij in slimme samenwerkingen die meerwaarde leveren.

We brengen relevante Nederlandse- en buitenlandse partners samen rondom onderscheidende gezamenlijke proposities, die aansprekend zijn voor de doelgroep.

Meer informatie?

Heeft u vragen, neem dan gerust contact op.

Champ Bouwman
cbouwman@holland.com
070-3705336

